

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

В статті розкрито основні положення формування та розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Проаналізовано особливості функціонування та визначено основні тенденції змін в сфері туристичних послуг.

Ключові слова: ринок, послуга, ринок туристичних послуг, міжнародний туризм, внутрішній туризм, турагенство, турфірма.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Перехід України до ринкової економіки спричинив необхідність створення сприятливих умов для розвитку сфери послуг. В українській економіці, як і в усьому світі, роль сфери послуг постійно зростає. Збільшується кількість послуг, різноманітність та їх якість, вплив на життєдіяльність людей. Це знаходить своє відображення в збільшенні частки трудових, матеріальних, фінансових ресурсів, що використовуються в сфері послуг.

Однією з основних та вагомих складових ринку послуг є туристичні послуги. Розвиток даної галузі прискореними темпами та зростання ролі конкуренції і ступеня комерціалізації туристичної діяльності привели до розуміння необхідності державного регулювання туристського бізнесу. Протягом декількох поколінь значна частина населення України користувалася туристичними послугами, внаслідок чого потреба в них була масовою, тобто увійшла до норми життя, стала частиною національної культури.

Нерідко туризм опинявся в різних країнах таким важелем, використання якого дозволяло оздоровити всю національну економіку країни. В багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм робить величезний вплив на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання і інші, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку. Туризм став одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. За даними Всесвітньої туристської організації

(ВТО), він використовує приблизно 7% світового капіталу, з ним пов'язано кожне 16-е робоче місце, на нього доводиться 11 % світових споживацьких витрат і він дає 5 % всіх податкових надходжень. Ці цифри характеризують прямий економічний ефект функціонування індустрії туризму. Розвинений туризм називають одним з головних феноменів ХХ століття.

Останніми роками і в Україні почали надавати все більше уваги розвитку туризму. Перспективи розвитку туристичного комплексу України багато в чому залежать від посилення державного регулювання туристичної сфери на загальнонаціональному рівні, яке повинне поєднуватися з сучасною стратегією просування регіональних турпродуктів. Тому вивчення ринку туристичних послуг є досить актуальним і важливим питанням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми. Теоретичні та прикладні аспекти проблеми вдосконалення розміщення та розвитку ринку туристичних послуг досліджено в наукових працях багатьох учених-економістів і практиків. Вагомий внесок у розвиток цієї проблеми внесли А.Г. Аганбегян, Б.І. Адамов, А.І. Акмаєв, О.Е. Бесонова, Я.Г. Берсуцький, Б.М. Біренберг, В.М. Геєць, Б.М. Данилишин, М.І. Долішній, С.І. Дорогунцов, Ф.І. Євдокимов, Б.В. Зотов, О.А. Карлова, В.І. Каспін, Т.М. Качала, Г.О. Крамаренко, В.І. Куценко, М.Я. Лемешев, А.С. Лисецький, І.І. Лукінов, В.Н. Лексін, А.Ф. Мельник, С.Б. Мельников, Н.А. Нестеров, Г.І. Онищук, В.І. Піла, І.Ф. Пономарьов, А.З. Пронін, В.А. Смирнов, Д.М. Стеченко, М.І. Фащевський, Л.Г. Чернюк, М.Г. Чумаченко, Л.Н. Чернишов та ін.

Об'єктивна необхідність подальшої розробки і вдосконалення теоретико-методологічних та практичних основ ефективного механізму формування та розвитку ринку туристичних послуг у сучасному світовому господарстві з урахуванням його тенденцій та змін, що відбуваються на кожному етапі його розвитку, обумовила актуальність теми дослідження.

Цілю статті є висвітлення ролі ринку туристичних послуг в Україні в процесі структурних трансформацій економіки, її динаміка та особливості функціонування.

Досягнення поставленої цілі зумовило необхідність вирішення наступних завдань:

- уточнити, виходячи із сучасних тенденцій розвитку світового господарства, зміст терміну «ринок туристичних послуг», який в умовах розвитку новітніх технологій включає широке коло видів економічної діяльності;

- встановити особливості й тенденції розвитку ринку туристичних;
- проаналізувати попит і пропозицію послуг, систематизувати цінові та нецінові чинники попиту і пропозиції на ринку туристичних послуг та розкрити їх соціально-інституційну обумовленість;
- проаналізувати діяльність професійних учасників ринку туристичних послуг і виявити основні проблеми їх функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасний розвиток туризму в Україні характеризується наявністю глибоких протиріч в його організаційній структурі, в спрямованості розвитку, в стані якісних і кількісних характеристик. З одного боку, сучасний стан туризму в Україні розцінюється як кризовий, пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше об'ємів надання туристських послуг, скороченням матеріальної бази туристської галузі і значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах. З іншого боку, наголошуються високі темпи будівництва туристичних об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значне зростання кількості числа туристичних організацій по всій території України. Тому туристичні підприємства для успішної роботи та зайняття своєї ніші на ринку послуг повинні використовувати маркетингову діяльність, для того щоб розпізнати, ідентифікувати і оцінити існуючий або прихований попит на послуги, які підприємство пропонує або може запропонувати, і спрямувати зусилля фірми на розробку, виробництво, розподіл, продаж і просування цих товарів і послуг.

Ринок туризму як система взаємозв'язку об'єднує велику кількість виробників тур продуктів з наявними та потенційними покупцями. На рис 1 показано загальну структуру туристичного ринку як системи.

Туристичний ринок – сукупність організаційно-економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу туристичних послуг. Туристичний ринок характеризується багатоступеневістю відносин: між кінцевим споживачем і виробником туристичних послуг є посередники – туристичні агентства, туроператори, постачальники і виконавці послуг розміщення, перевезення, харчування.

Туристичні ринки можна класифікувати за такими ознаками:

- за географічною приналежністю (світовий, регіональний, місцевий);
- за ознакою відношення до національної території (міжнародний та внутрішній);

- за ознакою напрямку руху (ринки, що генерують туристичні послуги, і які приймають туристів),
- за ступенем концентрації виробництва і збуту; за співвідношенням попиту і пропозиції (монополістичний, олігополістичний та ринок вільної конкуренції);
- за співвідношенням попиту і пропозиції (ринок покупця і ринок продавця).

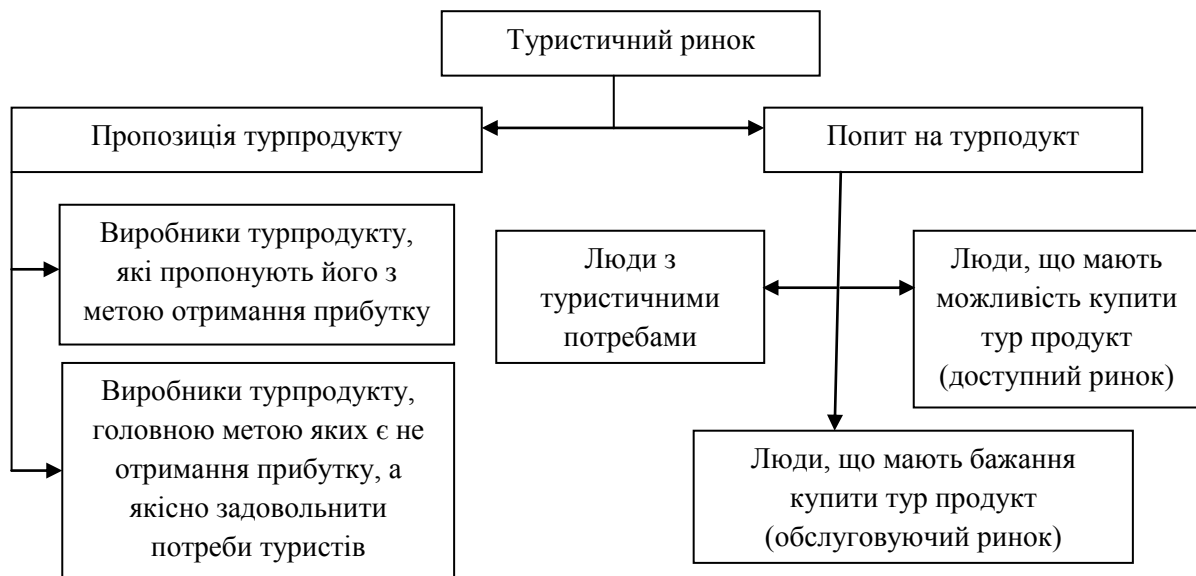


Рис. 1. Загальна структура туристичного ринку

Формування національного туристичного ринку обумовлене дією внутрішніх та зовнішніх чинників.

До внутрішніх чинників відносяться наступні:

1. Рівень соціально-економічного розвитку: науково-технічний прогрес; історичні чинники формування економіки; рівень розвитку галузей виробництва; рівень розвитку транспорту та транспортної мережі; демографічна ситуація і структура населення; характер міграційних процесів; особливості зайнятості.

2. Якість життя населення: умови життя (екологічні, житлово-побутові, соціально-культурні); рівень життя (рівень прибутків, заощаджень тощо).

3. Соціально-політична ситуація: суспільний устрій; правове забезпечення соціальних та економічних свобод; розвиток громадсько-політичного життя; рівень розвитку інформаційної сфери та ЗМІ.

До зовнішніх чинників формування та функціонування ринку туристичних послуг відносяться: економічна та політична стабільність держави; участь держави в

міжнародних організаціях; характер міжнародних відносин; ступінь інтегрованості у світогосподарську систему.

На сьогодні тільки в Києві працює більше семисот турфірм, готових організувати нам незабутній відпочинок в будь-якому куточку світу. Жорстка конкуренція змушує їх проявляти гнучкість і йти на поступки клієнтам, відкривати нові можливості і унікальні маршрути. У зв'язку з цим, ринок туристичних послуг в нашій країні розвивається досить динамічно, чому також в деякій мірі посприяла економічна криза - багато країн понизили ціни на послуги для відпочивальників, доступнішими стали ціни на перельоти.

Так, за даними Державної служби туризму і курортів виїзний турпотік в І кварталі 2011 склав 3,3 млн. чол., що на 2-3 % або на 111,1 тис. більше, ніж за аналогічний період 2010 року. Так, турагентства можуть запропонувати сьогодні своїм клієнтам практично усе, що вони побажають - від дорогих турів по індивідуально розроблених маршрутах до доступних практично усім середньостатистичним жителям нашої країни автобусних турів по Європі. Проте, на сьогодні найбільш популярними, за словами менеджерів турфірм, залишаються тури в екзотичні куточки світу, такі як Балі, Мальдіви, Домінікана, Шри-Ланка, Таїланд. Як відмічають експерти, вплив кризи на даний момент не відчувається, українці в гонитві за новими враженнями все більше вибирають екзотичні країни, незвідані маршрути, чому сприяє також зниження вартості послуг в деяких країнах і збільшення кількості чартерних авіарейсів.

Також не меншою популярністю серед нестандартних турів користуються спортивні тури, зокрема дайверські, подорожі на мотоциклах і на велосипедах.

Як відомо, чинник сезонності - ключовий при виборі туристичних послуг. Якщо восени і весною туристи все частіше вибирають саме Європу, то в зимовий сезон туроператори чекають найбільшу популярність гірськолижних і новорічних турів: Австрії, Фінляндії, Чехії, оскільки це доступно, цікаво і, в результаті, набагато дешевше, ніж відпочинок в нашій країні.

Основні чинники, із слів експертів, впливають на вибір туру:

- вартість туру;
- цінова політика туроператора;
- надійність туроператора;
- вибір готелю (перевага першій лінії);
- якість послуг, що надаються.

Що стосується внутрішнього туризму в Україні, то, варто відзначити, що відсутність достатньої кількості цікавих екскурсійних маршрутів вже сьогодні стримує його розвиток. За даними Державної служби туризму і курортів, зараз розроблених краєзнавчих програм залишилося не більше 1,5 тис. Проте при цьому більшість з них існує тільки на папері. Список найбільш масових туристичних центрів залишається украй обмеженим. Також стримує внутрішній туризм якість послуг, що надаються, і їх вартість, яка на порядок вище, ніж за кордоном. Так, якщо і бажають відпочити в Україні, то в деяких випадках «турфірми навіть відмовляють клієнтів», оскільки нинішня вартість путівок не відповідає рівню якості послуг, що надається.

В цілому експерти відмічають поступове становлення ринку туристичних послуг в Україні, у зв'язку із стабілізацією соціально-економічної ситуації в країні і поліпшенням добробуту населення. Крім того, відмічають туристичний потенціал України як для активного відпочинку (гірськолижні курорти, рафтинг), так і для спокійного відпочинку біля моря.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, ринок туристичних послуг формується як в Україні загалом, так і в регіонах. Постійно відбувається його наповнення, розширюється асортимент. Разом із тим потребує поліпшення територіальна організація та якість вироблених і реалізованих послуг. Перспективи розвитку послуг пов'язані з можливостями інституціонального забезпечення нових більш складних форм соціального професійного, інтелектуального життя.

Список використаної літератури:

1. Каленюк І.С. Освіта в економічному вимірі: потенціал та механізм розвитку: [монографія] / І.С. Каленюк. – К.: ТОВ „Кадри”, 2001. – 326 с.
2. Куценко В.І. Соціальна безпека в контексті сталого розвитку: [монографія] / В.І. Куценко, В.П. Удовиченко. – Чернігів: Видавець Лозовий В.М., 2011. - 656 с.
3. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики): [монографія] / В.І. КУценко / За наук. ред. д.е.н., проф., чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина / РВНС України НАН України. – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект – Поліграф», 2008. – 818 с.
4. Пирожков С.І. Ринок освіти у глобальному вимірі: Європейський досвід для України [Електронний ресурс] / С.І. Пирожков. – Стратегічна панорама. – №2. – 2002. – Режим доступу: <http://upr.1september.ru/2005/07/2.htm> Технологии

5. Школа І.М. Стратегія розвитку підприємств невиробничої сфери регіону: [навчальний посібник] / І.М Школа, А.А Вдовічен, Т.М. Ореховська та ін. / За ред. І.М Школи, А.А. Вдовічена. – Чернівці: Книги – XXI, 2008. – 288 с.

Пойта И.А. Тенденции развития рынка туристических услуг в Украине

В статье раскрыты основные положения формирования и развития рынка туристических услуг в Украине. Проанализированы особенности функционирования и определены основные тенденции изменений в сфере туристических услуг.

Ключевые слова: рынок, услуга, рынок туристических услуг, международный туризм, внутренний туризм, турагенство, турфирма.

Poyta I.A. Progress of market of tourist services Trends in Ukraine

In the article the substantive provisions of forming and market of tourist services development are exposed in Ukraine. The features of functioning and certainly basic tendencies of changes are analysed in the sphere of tourist services.

Keywords: market, favour, market of tourist services, international tourism, internal tourism, turagenstvo, turfirma.

Пойта І.О. Тенденції розвитку ринку туристичних послуг в Україні / І.О. Пойта // Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції / за ред. Саух І.В. – Житомир: Вид-во ЖФ КІБІТ, 2011. – С. 183-188.